

УДК 331.1

**HR-БРЕНДИНГ: НОВЫЕ РЕАЛИИ ЦИФРОВОГО МИРА****Исаева О. В.**, к.э.н., доцент

каф. «Управление персоналом»

Воронежский государственный университет

г. Воронеж, Российская федерация

Новые реалии цифрового мира, развивающегося под влиянием стремительных изменений, которые происходят не только в науке и технологиях, но и во всех областях социально-экономической сферы, определяют необходимость не только поиска новых идей, но и смены парадигмы управления современными компаниями. В условиях цифровой трансформации экономики пришедшие технологии, меняют состав и профиль профессий практически всех отраслей, усиливают дефицит высококвалифицированных кадров на рынке труда, заставляя его участников серьезно задуматься об обеспечении компаний человеческими ресурсами на среднесрочный и долгосрочный период. В этой связи новое прочтение получает и управление HR-процессами компаний – участников рынка. Цифровая экономика, рассматривая его эффективность с позиций такого нематериального актива, как HR – бренд компании на рынке труда, существенным образом меняет не только место и роль HR – брендинга, но и его инструментарий.

Хотя общую схему его структуры считают вполне устоявшейся (включившей такие ключевые понятия, как: ценностное предложение компании – работодателя; индивидуальность бренда работодателя; позиционирование бренда работодателя), реалии «нового» мира приводят к тому, что эта тематика выходит за рамки лишь управления персоналом. Потребности интеграции, приведения в соответствие с такими ключевыми составляющими действующих бизнес-систем, как миссия, видение, стратегии, бренд и культура компании определяют новые направления развития теории и практики HR – брендинга.

При этом цифровизация и темпы развития современных каналов коммуникации, а также таких технологий цифрового мира, как виртуальная реальность, искусственный интеллект, e-learning систем и систем бизнес-симуляций (деловых игр) формируют новые реалии и тренды развития HR- брендинга.